

MANAJEMEN REDAKSIONAL IBTIMES.ID
(Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pada Website IBTIMES.ID)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Strata 1 pada Program Studi Ilmu
Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh :

BANU ADZKAR

L100170043

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020/2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

MANAJEMEN REDAKSIONAL IBTIMES.ID

(Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pada Website IBTIMES.ID)

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

BANU ADZKAR

L100170043

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Agus Trivono, M.Si

NIK. 1105

HALAMAN PENGESAHAN

MANAJEMEN REDAKSIONAL IBTIMES.ID

(Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pada Website IBTIMES.ID)

OLEH

BANU ADZKAR

L100170043

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Kamis, 21 Oktober 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Agus Triyono, M.Si

(Ketua Dewan Penguji)

2. Rina Sari Kusuma, M.I.Kom.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Vinisa Nurul Aisyah, M.I.Kom.

(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)



Dekan,

Nurgiyatna S.T. M.Sc. Ph.D.

NIK. 881


PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 20 Oktober 2021

Penulis



BANU ADZKAR

L100170043

MANAJEMEN REDAKSIONAL IBTIMES.ID
(Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pada Website IBTIMES.ID)

Abstrak

Manajemen redaksional merupakan sebuah penerapan fungsi manajemen yang meliputi tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan dalam pengolahan konten dalam suatu platform. IBTimes.id, sebuah website yang dilahirkan oleh generasi muda Muhammadiyah, muncul sebagai bentuk keprihatinan terhadap dinamika konten di media Islam online yang dirasa tidak sehat serta keprihatinan terhadap keterpurukan Muhammadiyah di ranah online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen redaksional pada website IBTimes.id. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan menggunakan data penelitian yang berasal dari wawancara mendalam dan dokumentasi terhadap laman web IBTimes.id. Hasil tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis data kualitatif. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategi IBTimes.id dengan mengusung narasi Islam Moderat merupakan konstruksi identitas online sebagai media alternatif Muhammadiyah. Konstruksi tersebut diwujudkan dalam rubrikasi dan berbagai konten yang dihasilkan. Pengorganisasian kontributor berupa kebebasan dalam penentuan kontributor penulis menunjukkan karakter dari media alternatif, sekaligus menunjukkan koherensi dengan nilai yang dianut Muhammadiyah

Kata Kunci : Manajemen Media, Redaksional, Media Alternatif

Abstract

Editorial management is an application of management functions that include planning, organizing, mobilizing, and supervising the processing of content on a platform. IBTimes.id, a website that was born by the younger generation of Muhammadiyah, emerged as a form of concern for the dynamics of content in online Islamic media which is considered unhealthy and concerns about the decline of Muhammadiyah in the online realm. This study aims to determine how the implementation of editorial management on the IBTimes.id website. The method used is a qualitative research method and uses research data derived from in-depth interviews and documentation on the IBTimes.id web page. These results were analyzed using qualitative data analysis. Determination of informants using purposive sampling technique. The results of the study show that IBTimes.id's strategic planning by carrying the moderate Islamic narrative is an online identity construction as an alternative medium for Muhammadiyah. This construction is manifested in the rubric and various content produced. Organizing contributors in the form of freedom in determining the author's contributors shows the character of alternative media, as well as shows coherence with the values espoused by Muhammadiyah

Keywords: Media Management, Editorial, Alternative Media

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melaju dengan sangat cepat. Berbagai perkembangan tersebut mendorong masyarakat menjadi sebuah masyarakat informasi. Alfin Toffler (1980) dalam karyanya yakni “Gelombang Ketiga” membagi masyarakat dalam 3 era

kemanusiaan, yakni masyarakat agraris, masyarakat industri, serta masyarakat informasi. Masyarakat informasi merupakan masyarakat yang menjadikan informasi sebagai landasan dalam melaksanakan aktivitas ekonomi-sosial-politiknya. Pengolahan informasi yang terbagi dalam proses produksi, konsumsi, dan distribusi informasi ini menyebabkan intensitas penggunaan dan pertukaran teknologi komunikasi menjadi tinggi (Hadi, 2010)

Oleh karena itu, internet -sebagai bentuk kemajuan teknologi komunikasi- menjadi medium utama untuk mencari dan memperoleh berbagai informasi. Internet memungkinkan penggunaanya untuk dapat mengakses berbagai referensi pengetahuan tanpa terhalang jarak dan waktu. Menurut Kominfo, konsumen internet di Indonesia sejumlah 175,5 juta pada tahun 2020. Jumlah ini meningkat 17 % (atau sekitar 25 juta pengguna) dari tahun 2019 (Ramli, 2020)

Keberadaan internet tentunya membawa dampak di seluruh lini kehidupan, salah satunya ranah keagamaan. Larsen (2000) dalam (Iqbal, n.d.) menemukan bahwa 21% pengguna internet atau sekitar 20 juta orang menggunakan internet untuk mencari informasi spiritual dan agama. Satu tahun kemudian, persentasenya meningkat menjadi 25% atau sekitar 28 juta orang. Sedangkan Cample (2006) dalam (Iqbal, n.d.) menemukan bahwa para pemuka agama melakukan “migrasi online” dengan membuat situs web mereka sendiri, seperti www.budha.net, www.gospelcom.net, dan www.godweb.org. Hal tersebut menunjukkan inovasi strategi dakwah yang dilakukan oleh para pemuka agama dalam menyebarkan keyakinannya. Selain itu, temuan dari (Iqbal, n.d.) menunjukkan bahwa hampir setengah dari pengguna Amerika menggunakan internet untuk tujuan keagamaan dan spiritual, termasuk mengunjungi situs web gereja, membaca artikel yang berorientasi agama, dan bergabung dengan diskusi yang berorientasi agama. Singkatnya, kehadiran internet merubah bagaimana cara kita beragama.

Di Indonesia sendiri, berbagai organisasi dakwah juga sudah melakukan “migrasi” ke ranah online. (Saputra dan Nazim 2017) melihat bahwa Nahdlatul Ulama (NU) telah lebih dahulu dan lebih unggul dalam memanfaatkan media ini. NU melalui nu.or.id melakukan beberapa strategi berupa kerjasama dengan media yang mempunyai visi yang sama, memperbanyak konten, dan mengembangkan teknologi terbaru seperti laman web yang mudah dan aplikasi android, sehingga jumlah trafik (pengunjung) nu.or.id terbukti meningkat. Selain itu, Fadli (2019) dalam penelitian yang dilakukan menemukan bahwa *Hidayatullah* juga telah menyebarkan dakwahnya melalui berita, artikel, dan kisah-kisah yang dilakukan secara online dalam situs online hidayatullah.com.

“Migrasi” tersebut dilakukan karena organisasi dakwah menurut Meuleman (2011) bukan hanya saling melengkapi dan mencari audiens yang berbeda, namun mempunyai

kepentingan lain yang dibawa, yaitu bersaing untuk mendapatkan pengikut. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Anwar (2019) bahwa seberapa viral wacana keagamaan mampu disebarkan, maka akan mempengaruhi kuasa, otoritas, dan citra. Pemenangan wacana keagamaan menghasilkan kekuatan untuk menghegemoni massa. Oleh karena itu, masing-masing organisasi dakwah akan saling berkompetisi satu sama lain.

Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi dakwah Islam terbesar di Indonesia nyatanya masih jauh tertinggal dibandingkan yang lain dalam hal memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi ini. Situs web milik Muhammadiyah kalah dalam hal popularitas dengan situs-situs Islam lainnya. Situs web Muhammadiyah cenderung hanya menjadi situs informasi kegiatan resmi organisasi. Selain itu, gaya penulisannya menggunakan pendekatan media cetak. (Gita dan Junaedi, 2019). Fajri & Triyono (2020) pun juga menambahkan bahwa situs portal media Muhammadiyah yaitu suaramuhammadiyah.id, kalah jauh dibandingkan dengan organisasi dakwah lain, seperti nu.or.id, maupun hidayatullah.com.

Hal ini tentu memilukan, mengingat Muhammadiyah merupakan gerakan Islam Modern, serta wacana yang diusung Muhammadiyah adalah Islam berkemajuan. Progresifitas dalam pemikiran nyatanya belum berbanding lurus dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Permasalahan ini, menurut Gita dan Junaedi (2019) terjadi karena Muhammadiyah belum memberikan kepedulian yang cukup kepada generasi mudanya. Padahal, mengenai media digital, jelas terlihat bahwa generasi muda memegang peranan penting di dalamnya. Generasi ini dibesarkan beriringan dengan perkembangan teknologi tersebut, sehingga mereka menjadi lebih adaptif terhadap penggunaan media digital.

Berbagai faktor tersebutlah yang kemudian memicu lahirnya IB Times.id (I artinya Islam, dan B berarti berkemajuan). IB Times muncul sebagai respon anak Muda Muhammadiyah terhadap kecenderungan baru, transformasi yang dipengaruhi oleh media digital. Situs yang muncul pada 2018 ini berupaya menampilkan Islam secara kultural dari perspektif Muhammadiyah (Gita dan Junaedi, 2019)

Dalam situsnya, IB Times menegaskan bahwa IB Times merupakan media jurnalistik alternatif yang berdasarkan kode etik jurnalistik konvensional yang dipadukan dengan jurnalistik Islami dalam bentuk media multiplatform. Standar kode etik jurnalistik menjadi landasan operasional bagi IB Times untuk menghasilkan berita, artikel, foto, dan lain sebagainya. Sedangkan kode etik jurnalistik Islam mengacu pada informasi ‘Fiqih’ menjadi landasan operasional untuk menentukan topik atau konten agar tidak melanggar prinsip Islam Moderat (*Wasathiyah*) (Gita dan Junaedi, 2019).

IBTimes.id termasuk ke dalam media alternatif. Menurut Sokowati & Junaedi (2019) media alternatif artinya media yang membangun keterlibatan dengan audiens. Produksi media alternatif merupakan sebuah produksi kolektif atau demokratis. (O'Sullivan et al., 1994). Audiens tidak lagi hanya menjadi pihak penerima konten, namun turut berkontribusi sebagai penyedia konten. Pada titik inilah, relasi penulis-pembaca atau produsen-konsumen menjadi kabur. IBTimes.id banyak melibatkan audiens dalam produksi konten tulisan di laman web IBTimes.id yang tersebar dalam berbagai rubrikasi. Kontributor IBTimes.id bahkan menghasilkan artikel lebih banyak dibandingkan dengan yang diproduksi oleh tim Redaksi, hal itu dapat dilihat dari kuantitas tulisan yang ditayangkan di laman web IBTimes.id.

Dengan berbagai prinsip yang diterapkan, IB Times terbukti mampu mengungguli berbagai situs resmi Muhammadiyah dalam hal popularitasnya.

Tabel 1. List dan Ranking Website Media Muhammadiyah di Indonesia dan Dunia

No	Nama URL	ID Rank		Global Rank
		19 Juni 2020	08 Januari 2021	
1	IBTimes.id	3,317	1,847	77,620
2	Muhammadiyah.or.id	2,534	1,938	139,217
3	Suaramuhammadiyah.id	1,563	1,491	125,800
4	Pwmu.co.id	4,893	8,153	415,444
5	Klikmu.co	23,433	43,395	1,899,895

Sumber : Alexa.com, 08 Januari 2021

Data yang terdapat pada tabel diatas, yang dilansir dari alexa.com menunjukkan bahwa IB Times mengalami kenaikan *traffic* pengunjung yang signifikan hanya dalam waktu sekitar 7 bulan. Pada awal Januari bahkan IBTimes.id mampu mengalahkan muhammadiyah.or.id dalam segi popularitasnya. Selain itu, data di tabel tersebut juga menunjukkan kepopuleran IBTimes.id di dunia dibandingkan media-media Muhammadiyah yang lain. Artinya, secara umum dapat diambil kesimpulan bahwa secara global banyak yang lebih mengakses IBTimes.id dibandingkan situs-situs lainnya.

Topik penelitian mengenai IB Times ini telah dilakukan sebelumnya oleh Gita dan Junaedi (2019) yang meneliti tentang kemunculan IB Times sebagai bentuk adaptasi Generasi Muda Muhammadiyah terhadap penggunaan *new media* (media baru). Penelitian lanjutan mengenai IB Times menarik untuk diteliti, mengingat progresifitas yang dilakukan oleh IB Times melalui konten-konten yang masif disebar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan

untuk meneliti manajemen media online yang dilakukan oleh IBTimes.id. Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan manajemen redaksional pada website IBTimes.id dalam kaitannya sebagai media alternatif Muhammadiyah.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Ramadhani (2017) yang berjudul “MANAJEMEN MEDIA *ONLINE* PADA WEBSITE PASOEPATI.NET (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional dan Jurnalisme *Online* pada Website Pasoepati.Net). Ramadhani menemukan bahwa pasoepati.net menerapkan fungsi-fungsi manajemen redaksi, antara lain : fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pergerakan, dan fungsi pengendalian. Fungsi perencanaan merujuk pada tujuan didirikannya pasoepati.net yaitu memberikan beragam informasi mengenai PERSIS Solo. Dalam fungsi pengorganisasian, pasoepati.net memiliki struktur organisasi yang terdiri dari pemimpin redaksi, dewan redaksi, videografer, konten Kreator, dan fotografer. Untuk menjalankan fungsi pergerakan, Pasoepati.net memiliki lima orang jurnalis yang berfungsi untuk mencari berita, jurnalis tersebut masing-masing memiliki kecintaan terhadap sepakbola. Fungsi pengendalian berwujud evaluasi yang dilakukan oleh Pasoepati.net dalam setiap kegiatan. Hasil evaluasi tersebut dijadikan tolak ukur untuk melihat kinerja para anggota Pasoepati.net. Penelitian ini memiliki kesamaan tema dengan peneliti, yaitu manajemen suatu media online dalam proses produksi informasi dengan penerapan fungsi manajemen di dalamnya. Perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek penelitian yang berbeda, yaitu website IBTimes.id. Selain itu, penelitian ini juga berfokus untuk melihat IBTimes.id sebagai media alternatif Muhammadiyah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut “Bagaimana penerapan Manajemen Redaksional pada Website IBTimes.id sebagai media alternatif Muhammadiyah?”

1.2 Tinjauan Pustaka

Manajemen Redaksional

Menurut (Terry & Rue, 1991) manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan proses pengarahan kelompok orang-orang ke arah tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Manajemen didefinisikan sebagai suatu proses mengelola suatu sumber daya secara efektif dan efisien, menggunakan tindakan-tindakan tertentu guna mencapai tujuan atau sasaran. Menurut Fayol, tindakan-tindakan tersebut berupa perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

Redaksi merupakan bagian atau sekumpulan orang yang memiliki *jobdesk* untuk mengizinkan atau menolak pemuatan sebuah tulisan atau konten melalui berbagai pertimbangan seperti bentuk tulisan, penggunaan bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan (Febriani dalam Realdi, 2018). Menurut Fitria (2016) pola kerja dalam divisi redaksional memuat penataan pekerja berita yang merencanakan, melaksanakan, dan menghasilkan “peristiwa” yang diberitakan, sehingga divisi redaksi berhak untuk menentukan konten mana yang akan diterbitkan dan mana yang ditolak.

Berdasarkan pengertian di atas, maka manajemen redaksional merupakan sebuah penerapan fungsi manajemen yang meliputi tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan, dalam pengolahan konten dalam suatu platform.

Teori Fungsi Manajemen George Terry

Penelitian ini menggunakan teori fungsi manajemen George R. Terry. Terry (1986) menjelaskan proses manajemen meliputi : P.O.A.C. (*planning, organizing, actuating, dan controlling*).

1. Perencanaan (*Planning*)

Planning didefinisikan proses memutuskan tujuan-tujuan apa yang akan dikejar dalam suatu jangka waktu yang akan datang dan apa yang akan dilakukan agar tujuan itu dapat tercapai (Terry & Rue, 1991). Perencanaan berarti tindakan mendeterminasi sasaran-sasaran dan arah tindakan yang perlu diikuti. (Terry, 1986). Menurut Romli dalam Fitria (2016) arah tindakan tersebut meliputi proses penentuan visi misi, motto, rubrikasi, *positioning*, dan segmentasi pasar yang mencerminkan media tersebut.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses pengelompokan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah disusun. Dengan melakukan pengorganisasian, orang-orang dipersatukan dalam pelaksanaan tugas yang saling berkaitan (Terry & Rue, 1991). Pengorganisasian merujuk pada proses penyusunan struktur organisasi. Ada dua aspek dalam penyusunan struktur organisasi, yaitu departementalisasi atau pengelompokan kegiatan kerja agar kegiatan dapat saling berhubungan dan dikerjakan bersama. Selain departementalisasi, ada pula pembagian kerja yang bermakna perincian tugas pekerjaan agar setiap

individu bertanggung jawab dalam melakukan tugasnya. (Morissan dalam Realdi, 2018)

3. Penggerakan (*Actuating*)

Penggerakan berarti usaha untuk menggerakkan anggota kelompok untuk mencapai tujuan dan target yang telah direncanakan (Terry, 1986). Proses ini terdiri dari melaksanakan tugas sesuai *jobdesk* masing-masing, memproduksi, mengemas, serta memasarkan produk, dan lain-lain. (Djuroto dalam Fitria, 2016) Tahap ini merupakan pengaplikasian segala hal yang telah disiapkan. Dalam proses ini, semua bagian bekerja sesuai perencanaan dan pengorganisasian yang telah disusun (Romli dalam Realdi, 2018).

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan dapat dimaknai sebagai aktivitas untuk menemukan, mengoreksi penyimpangan dalam hasil yang dicapai dari aktivitas yang telah direncanakan (Terry, 1986). Tahap ini mampu digunakan untuk mengukur prestasi kerja (Fitria, 2016). Dalam tahap ini, diharapkan dapat tercapai hal-hal berikut : Tereliminasi penyimpangan, memotivasi kegiatan dalam upaya mencapai tujuan, memperbaiki kesalahan, didatarkannya *feedback*, dan meningkatnya tanggung jawab (Realdi, 2018)

Digital Religion

Menurut (Campbell, 2012) istilah “agama digital” menggambarkan ruang teknologi dan budaya yang ditimbulkan ketika kita berbicara tentang bagaimana ranah keagamaan online dan offline menjadi menyatu atau terintegrasi. Agama digital dimaknai sebagai jembatan yang menghubungkan dan memperluas praktik dan ruang keagamaan online ke dalam konteks keagamaan yang nyata, dan sebaliknya.

Untuk membedakan penggunaan agama dari internet berdasarkan apakah informasi dan ritual sebagian besar didasarkan pada sumber dan praktik online atau pada bentuk yang muncul dari praktik agama online, Holland (2000) membedakan istilah “religion online dan online religion”. Religion online berarti reformasi identitas dan ritual dan melewati sistem legitimasi tradisional. Sedangkan online religion mewakili munculnya bentuk-bentuk baru religiusitas dan praktik keagamaan yang hidup secara online. (Campbell, 2012)

Media Alternatif

Menurut Downing dalam Aslan Ozgul & Veneti (2021) media alternatif menggambarkan media yang menentang kekuatan organisasi *mainstream* dan menawarkan visi alternatif untuk kebijakan, prioritas, dan perspektif hegemonik. Media alternatif diharapkan menawarkan ruang bagi warga biasa untuk menghasilkan berita mereka sendiri, menjadi aktor utama di dalamnya, dan menghasilkan konten yang relevan dengan keadaan mereka (Aslan Ozgul & Veneti, 2021)

Dalam ranah produksi, Hamilton dalam Sukowati & Junaedi (2020) menerangkan bahwa media alternatif merupakan media yang *deprofessionalised*, *decapitalized*, dan *deinstitutionalized*. Artinya media alternatif perlu memberikan kesempatan pada orang biasa (non elit) untuk ikut berkontribusi tanpa harus memiliki kemampuan yang terlatih, tanpa modal berlebih, dan proses produksi dapat berbeda dengan institusi media yang mapan. Atton dalam Aslan Ozgul & Veneti (2021) menambahkan bahwa meskipun media alternatif menyediakan ruang untuk kelompok-kelompok terpinggirkan, namun media alternatif hanya mewakili mereka yang memiliki tujuan dan ideologi yang sama.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni berupa mengumpulkan data sedalam-dalamnya dan bertujuan untuk menerangkan suatu fenomena atau kejadian dengan sedalam-dalamnya. Metode riset yang digunakan yaitu metode wawancara mendalam (depth interview). Metode ini menggunakan sampel terbatas, dan memungkinkan periset mengetahui alasan detail dari jawaban responden yang mampu mencakup motivasi, ideologi, ataupun nilai-nilai yang dianut responden (Kriyantono, 2010)

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara periset dengan responden. Sedangkan data sekunder yang dimaksud adalah hasil dokumentasi yang terdapat pada unggahan di laman web IB Times.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria dan pertimbangan tujuan yang telah ditetapkan oleh peneliti, karena itu pengambilan sampel tidak memperhatikan prinsip keterwakilan dari populasi (Barlian, 2016) Kriteria yang diambil dalam penelitian ini adalah informan yang berada dalam keredaksian, pimpinan dan anggota dalam keredaksian. Peneliti mengambil 3 informan yang tergabung dalam redaksi media IBTimes.id, seperti Pimpinan Redaksi (Yahya), Editor in Large (Nabhan), dan reporter (Yusuf). Ketiga narasumber tersebut merupakan rekomendasi yang diberikan oleh informan sebelumnya.

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Data kualitatif dapat berwujud kumpulan kata, kalimat, atau narasi, baik yang didapatkan secara mendalam ataupun observasi (Kriyantono, 2010) Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman, yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Syahrur, 2012)

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi akan terus dilakukan selama penelitian berlangsung. Tegasnya reduksi adalah membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat bagian, penggolongan, dan menulis memo (Berg dalam Syahrur, 2012)

b. Penyajian Data

Penyajian data diartikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memudahkan dalam proses penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data berbentuk teks naratif, yaitu penyusunan data secara sistematis agar mudah untuk dipahami.

c. Menarik Kesimpulan

Data yang telah disajikan dalam rangkaian analisis data, maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan, sebagai jawaban dari masalah yang diteliti.

Uji validitas dalam penelitian ini adalah triangulasi, yakni menganalisis jawaban subyek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lain yang tersedia) (Kriyantono, 2010) Jenis triangulasi yang dipilih adalah triangulasi sumber, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda (Dwidjowinoto dalam Kriyantono, 2010)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Penerapan manajemen redaksi dalam IBTimes.id dapat dilakukan dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen George Terry, yang mana mampu dipahami sebagai konsep POAC yaitu *planning, organizing, actuating, dan controlling*. Berikut ini hasil penelitian yang dilakukan terkait manajemen redaksional pada IBTimes.id :

1. Perencanaan

Perencanaan merupakan proses memutuskan tujuan-tujuan apa yang akan dikejar dalam suatu jangka waktu yang akan datang dan apa yang akan dilakukan agar tujuan

itu dapat tercapai (Terry & Rue, 1991). Ia menerangkan bahwa perencanaan dibagi menjadi perencanaan strategis dan perencanaan taktis. Perencanaan strategis mencakup perumusan tujuan dan menjawab pertanyaan “kemana kita akan pergi?”, sedangkan perencanaan taktis akan menjawab bagaimana caranya mencapai tujuan tersebut (Terry & Rue, 1991).

Tujuan dari IBTimes.id adalah membumikan narasi Islam yang memiliki prinsip moderat, multi perspektif, yang bisa memadukan antara *nash* Al-Quran dan hadits dengan sains, perkembangan modern dan nilai keindonesiaan, serta kemanusiaan yang ada. Selain itu, tujuan dari IBTimes adalah untuk mengangkat wacana Muhammadiyah yang terpuruk di ranah digital, melalui media kultural Muhammadiyah, salah satunya adalah IBTimes.id.

Perencanaan taktis menuntut cara bagaimana agar tujuan yang telah disusun tersebut mampu tercapai. Arah tindakan yang perlu dilakukan menurut Romli dalam Fitria (2016) meliputi proses penentuan visi misi, motto, rubrikasi, *positioning*, dan segmentasi pasar yang mencerminkan media tersebut.

Visi yang dimunculkan IBTimes adalah menghadirkan jurnalistik alternatif berdasarkan kode etik jurnalistik konvensional yang dipadukan dengan jurnalistik Islami dalam bentuk media multi platform. Sedangkan Motto yang diambil IBTimes.id adalah Cerdas Berislam. Motto atau jargon ini dipilih karena dirasa sesuai dengan visi misi IBTimes.

“...cerdas berislam ini lebih menggambarkan visi dan misi ibtimes itu sendiri, yaitu bagaimana kita bisa berislam yang tidak kolot, terus yang tidak anti ilmu pengetahuan, otomatis kan kita harus cerdas, maka dua diksi kata ini cukup mewakili jargon kita, dan cukup mudah diingat. Cerdas Berislam, seperti itu...” (wawancara dengan informan 1 pada tanggal 22 Juni 2021).

Positioning yang diambil adalah sebagai media kultural Muhammadiyah. Yaitu sebagai media yang tidak ada kaitannya dengan struktur pusat Muhammadiyah, tidak ada kaitannya dengan instruksi putusan Muhammadiyah, namun merupakan hasil inisiasi orang Muhammadiyah secara personal, dalam menyebarkan pesan-pesan dan ideologi Muhammadiyah.

Sedangkan segmentasi pasar dari IBTimes.id adalah pembaca secara keseluruhan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri, bahkan juga menjangkau pembaca dari kalangan non muslim.

“...nah jadi pasar pembaca kita itu memang keseluruhannya itu umat islam, baik di indo maupun luar negeri, itu dari pimpinan cabang istimewa biasanya juga ngakses. Di amerika, belanda, di prancis juga ada. Walaupun kita media Muhammadiyah, tetapi kita ingin menjangkau semua pembaca dari kalangan muslim dan non muslim,...” (wawancara dengan informan 1 pada tanggal 22 Juni 2021).

Selanjutnya Terry & Rue (1991) juga menambahkan bahwa perencanaan dapat menunjukkan perlunya perubahan yang akan datang. Perencanaan membimbing manajemen memikirkan orientasi dan rencana ke depan. Trianton (2016) menjelaskan bahwa proses tersebut diatur melalui rapat redaksi. Rapat tersebut nantinya akan menentukan berita seperti apa dan jenis atau tema tulisan apa yang akan dimuat. IBTimes.id rutin untuk mengadakan rapat setiap pekan guna membahas evaluasi, dan merencanakan tema apa yang akan diangkat di pekan berikutnya.

“...Ada, jadi kita rapat rutin, selama ini itu rabu. Pertama itu pernah minggu malam, setiap malam, kemudian dirubah jadi rabu pagi. Intinya selama ini rutin ...” (wawancara dengan informan 1 pada tanggal 22 Juni 2021)

2. Pengorganisasian

Menurut Terry & Rue (1991) pengorganisasian merupakan proses pengelompokan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah disusun. Ada dua aspek dalam melakukan penyusunan struktur organisasi, yaitu departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pembagian dan pengelompokan kegiatan kerja suatu organisasi menjadi beberapa bagian supaya kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Sedangkan pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan kepada masing-masing individu dalam kelompok atau departemen agar dapat melaksanakan tugas dalam departemennya tersebut secara maksimal dan terarah. (Morissan, dalam Realdi, 2018)

Bentuk departementalisasi manajemen redaksional IBTimes.id adalah struktur organisasi yang terdiri dari Pimpinan Redaksi, Editor in Large (redaktur pelaksana), Executive Editor, Reporter, Designer, dan Webmaster. Adapun di atas tim redaksi terdapat beberapa pos jabatan yaitu CEO (Chief Executive Officer), Chief Editorial Officer, Chief Operating Officer, dan Dewan Redaksi yang beranggotakan 3 orang.

Pimpinan Redaksi merupakan jabatan tertinggi dalam bagian redaksi. Ia bertugas sebagai *gate keeper* atas semua tulisan yang masuk ke email IBTimes.id. Tulisan yang dihasilkan dari reporter dan kontributor selanjutnya ia distribusikan ke redaktur pelaksana dan editor untuk dilakukan tahap penyuntingan. Setelah itu,

keputusan terakhir untuk mengunggah artikel sepenuhnya berada di tangan Pimpinan Redaksi.`

Untuk mengawasi tugas dan kinerja Pimpinan Redaksi, IBTimes.id mempunyai beberapa jabatan di atas Pimpinan Redaksi, antara lain : (1) Chief Executive Officer (CEO) yang bertugas untuk memantau kerja tim redaksi, sebagai atasan dari Tim Redaksi, (2) Chief Editorial Officer yang bekerja untuk menganalisa keseluruhan tulisan di IBTimes.id, permasalahan kata dan diksi, serta hal-hal yang berkaitan dengan kepenulisan, dan (3) Dewan Redaksi bertugas sebagai konsultan bagi tim redaksi. Dewan Redaksi juga yang bertugas untuk berhubungan dengan kontak-kontak eksternal bersama dengan CEO.

Dalam tahap pengorganisasian ini, IBTimes.id juga memiliki hubungan dengan kontributor. Para kontributor ini merupakan sekumpulan orang yang tidak terikat dalam struktur organisasi, namun dapat mengirimkan tulisan secara sukarela sesuai dengan tema dan rubrik yang disediakan oleh IBTimes.id. Hal ini tidak lepas dengan posisi IBTimes.id sebagai media alternatif. Media alternatif melibatkan audiens dalam pengelolaan konten dengan ikut berpartisipasi dalam mengisi kontennya (Sokowati & Junaedi, 2019)

Manajemen IBTimes.id memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada masyarakat untuk menjadi kontributor. Tidak ada syarat khusus untuk menjadi kontributor di IBTimes.id. Asalkan mempunyai tulisan yang berkualitas, siapapun boleh menjadi kontributor, tidak memandang usia, jenis kelamin, agama, dan sebagainya.

“...Bahkan ada anak SMP, SMA, ada yang nulis di ibtimes, dan bagus tulisannya. Jadi siapapun boleh, dari usia berapapun, dari agama apapun, bisa menulis asalkan temanya, dan visi dari tulisannya sesuai dengan ibtimes, gitu...” (wawancara dengan Pimpinan Redaksi pada 22 Juni 2021)

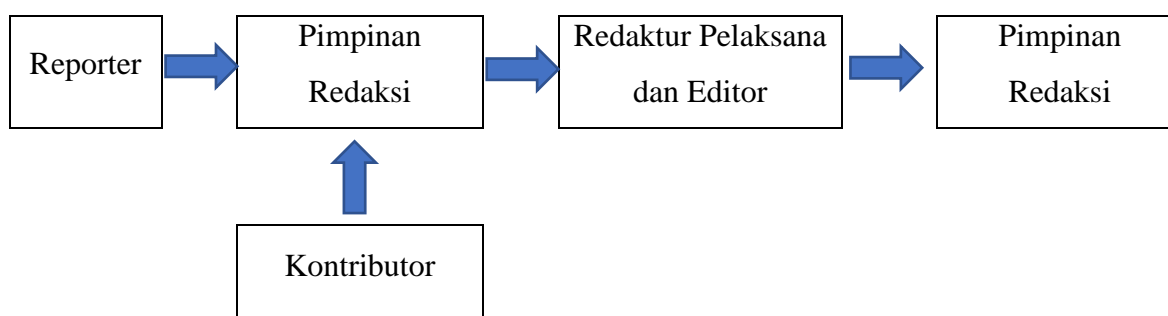
3. Penggerakan

Tahap penggerakan berarti aktualisasi perencanaan yang berwujud kegiatan yang terorganisir dalam rangka mencapai tujuan yang telah disusun (Terry & Rue, 1991). Dalam manajemen redaksi, tahap penggerakkan berarti menggerakkan orang-orang beserta fasilitas penunjangnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, yaitu menghasilkan produk jurnalistik. Aktivitas tersebut meliputi peliputan, penulisan, dan penyuntingan berita (Suhandang dalam Realdi, 2018)

IBTimes.id merupakan media online yang mana produk kontennya dihasilkan dari manajemen redaksi dan kontributor. Produk konten manajemen redaksi nantinya akan dimuat dalam rubrik *today*, yang terbagi menjadi *news*, *report*, dan editorial. Sedangkan tulisan yang dikirimkan para kontributor nantinya akan dimuat ke dalam berbagai rubrik yang tersedia sesuai tema tulisan.

Produk konten dalam IBTimes.id baik yang berupa berita, artikel, foto, infografis, dan lain-lain tetap belandaskan pada kode etik jurnalistik. Bahwa produk jurnalistik haruslah bersifat akurat, berimbang, dan beritikad buruk. Akurat berarti bahwa benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa tersebut terjadi, berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan yang setara, dan tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain. (Bekti Nugroho, 2013)

Alur produksi konten dalam IBTimes.id dapat dijelaskan melalui *flowchart* berikut :



Gambar 1. Alur Produksi Konten IBTimes.id

Bentuk pergerakan yang dilakukan manajemen redaksional IBTimes.id mengacu pada 3 kegiatan yakni peliputan, penulisan, dan penyuntingan. Peliputan merupakan tahap awal dimana dilakukan proses pencarian dan pengumpulan bahan berita (Realdi, 2018). Siregar dalam Razali (2020) menjelaskan bahwa pengumpulan bahan dalam arti peliputan dapat didapatkan melalui 3 cara, yakni wawancara, observasi, dan riset dokumentasi.

IBTimes.id sebagai platform kultural Muhammadiyah tentunya memiliki ketentuan dalam peliputan berita yang dilakukan oleh reporter-nya. IBTimes.id fokus untuk menyoroti tema Al Islam dan Kemuhammadiyahan, serta isu-isu aktual yang berkaitan dengan masyarakat, sosial, dan agama.

“...IBTimes ini kan bukan portal berita ya, tapi dia semacam portal yang memuat artikel-artikel keislaman gitu, jadi jobdesk saya melakukan reportase terhadap gagasan ya, atau wacana keislaman dan kemuhammadiyah, jadi bukan yang sifatnya berita disini ada apa, disini ada apa, itu enggak, tapi lebih ke gagasan, nah gagasan itu dikemas lewat pemberitaan...” (wawancara dengan informan 2 pada 30 Agustus 2021)

Oleh karena itu, teknik peliputan yang kerap dilakukan oleh reporter IBTimes.id adalah observasi dan riset dokumentasi.

“...yang pertama webinar. Webinar itu bisa Zoom bisa Youtube, terus yang kedua lewat pernyataan resmi organisasi, misalnya surat edaran PP Muhammadiyah, fatwa MUI, fatwa PBNU, dan lain-lain. Adalagi satu lagi yaitu jurnal. Jadi beberapa kali kita juga *me-report* jurnal, bahwa penulis ini telah menulis tentang ini, itu kita kemas dalam bentuk reportase...” (wawancara dengan informan 2 pada 31 Agustus 2021)

Selanjutnya, ketika bahan sudah didapatkan maka dilanjutkan ke tahap penulisan. Penulisan berita biasanya menggunakan teknik melaporkan, yang merujuk pada penggunaan pola piramida terbalik, dan mengacu pada rumusan 5W+1H. (Fazryansyah et al., 2014). IBTimes.id menggunakan pendekatan tersebut dalam tulisan berita yang akan dimuat dalam sub rubrik News. Sedangkan untuk sub rubrik Report, penekanan tulisannya bukan pada hal apa yang sedang terjadi, namun berfokus kepada gagasan atau wacana yang disampaikan. Jadi, unsur 5W+1H hanya dijadikan bahan pelengkap saja. Naskah yang sudah selesai tersebut kemudian dikirimkan ke email redaksi IBTimes.id, untuk dilakukan proses penyuntingan bersama artikel yang dikirimkan oleh kontributor.

Penyuntingan adalah tahap memperbaiki atau menyempurnakan tulisan secara redaksional dan substansial. Pelakunya disebut editor atau redaktur. Secara redaksional, editor memperbaiki kata dan kalimat supaya memperbaiki kata dan kalimat supaya lebih logis, mudah dipahami, dan tidak rancu. Selain kata dan kalimat harus benar ejaan atau cara penulisannya, juga harus benar-benar mempunyai arti dan enak dibaca. Sedangkan secara substansial, editor harus memperhatikan fakta dan data agar tetap terjaga keakuratan dan kebenarannya. (Fazryansyah et al., 2014). Menurut redaktur pelaksana IBTimes.id Nabhan mengungkapkan :

“...Ada dua pertimbangan utama untuk memperhitungkan kelayakan sebuah tulisan. Yang pertama tata bahasa. Seperti panjang tulisan, tanda baca, penggunaan kata, ejaan, dan semacamnya. Jika kesalahan terlalu banyak pasti ditolak. Yang kedua topik tulisan. Apakah topik tulisan sesuai dengan visi ibtimes.id atau tidak, apakah pembahasan di

dalamnya cukup runut atau tidak, apakah tepat untuk diunggah atau tidak. Jika kesalahan masih dalam batas yang dapat ditoleransi, tugas redaktur pelaksana memperbaiki tulisan hingga layak terbit...”

Selain menggerakkan berbagai komponen unsur dalam struktur organisasi dalam bagian redaksi, Pimpinan Redaksi selaku pimpinan tertinggi dalam bagian redaksi juga menggerakkan para kontributor yang mengirimkan artikel dalam website IBTimes.id. Kontributor dihubungi untuk membuat tulisan sesuai dengan tema atau narasi yang sedang diangkat oleh IBTimes.id. Hanya saja pola komunikasi dan koordinasi yang dibangun belum tersusun dengan baik. Selama ini, pengorganisasiannya masih sebatas *personal message* ke beberapa kontributor saja.

“...Mungkin kalo kita punya narasi apa, kalo kita punya narasi untuk bisa dibahas mungkin sebulan ke depan, mungkin kita japri penulisnya. Penulis yang kita tunjuk, bisa gak bahas ini, bisa gak ini, kalau bisa oke, kalau nggak, kita cari yang lain. Interaksinya baru sebatas itu, belum sampe dikoordinasi di grup wa atau telegram masih belum mas...” (wawancara dengan Pimpinan Redaksi pada tanggal 22 Juni 2021)

Selanjutnya, IBTimes dalam melakukan manajemen produksi kontennya juga menjalin kerjasama dengan pihak luar/eksternal. Pihak eksternal yang dimaksud antara lain Lembaga Maarif Institute, Islami.co., alif.id, dan sebagainya. Salah satu kerjasamanya berupa kolaborasi dalam bentuk saling artikel.

“...kerjasamanya disini kebanyakan kultural sifatnya. Mungkin ada beberapa artikel yang sevisi dengan IBTimes, maka bisa kita *backlink*, kita terbitkan ulang dengan menyebutkan media yang kita kutip. Tidak hanya Maarif Institute, kita sering sekali kolaborasi dalam bentuk saling bertukar artikel dengan Maarif Institute, Islami.co, kemudian dengan alif.id, dengan suaraaisyiyah, dengan muhammadiyah.or.id, Jadi memang sifatnya ya kalau artikel itu sevisi, maka bisa kita *backlink* atau kita muat ulang dengan bahasa yang berbeda...” (wawancara dengan informan 1 pada 22 Juni 2021)

4. Pengawasan

Pengawasan dapat dimaknai sebagai aktivitas untuk menemukan, mengoreksi penyimpangan dalam hasil yang dicapai dari aktivitas yang telah direncanakan (Terry, 1986). Artinya tahapan ini menitikberatkan kepada pengendalian yang dilakukan terhadap hasil/produk. IBTimes.id selalu meninjau dan mengawasi perkembangan produk atau konten tulisan yang telah diunggah atau dipublikasikan. Apabila ternyata belum mencapai target yang ditentukan, maka akan dilakukan langkah untuk memperbaikinya. Misalnya ketika target *view* tidak sesuai target, maka biasanya yang

dilakukan adalah mengangkat artikel-artikel dengan pembahasan isu-isu terkini dan aktual, yang secara empiris terbukti menarik para pembaca, dan oleh karena itu akan meningkatkan jumlah *view* pada website IBTimes.id

“...kalau target *view* artikel kita tidak sesuai, biasanya kita mengangkat artikel-artikel yang isinya seputar isu-isu terkini, biasanya kalau memang isu-isu terkini itu sangat banyak peminatnya, maka secara *view* juga akan meningkat, seperti itu.” (wawancara dengan Pimpinan Redaksi pada tanggal 4 Juli 2021)

Menurut Terry dalam Realdi (2018), pengawasan merupakan bagian dari rencana. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa perencanaan dan pengawasan merupakan dua sisi yang sama. IBTimes.id rutin untuk melakukan rapat redaksi setiap pekan untuk membahas masalah ini. Rapat tersebut membahas evaluasi-evaluasi, meninjau aspek apa saja yang perlu diperbaiki, sekaligus merencanakan tema apa yang akan diangkat di pekan berikutnya.

Dengan adanya fungsi pengawasan diharapkan mampu menghilangkan penyimpangan, memperbaiki kesalahan, serta memotivasi kegiatan organisasi dalam mencapai tujuan (Realdi, 2018), oleh karena itu IBTimes.id juga memberlakukan sistem reward dan sanksi. Reward diberikan ketika ada penulis yang mampu mencapai 1000 *views* dalam 24 jam. Penulis tersebut berhak menerima uang sejumlah Rp. 100.000,00. Sedangkan sanksi akan diberikan kepada para penulis yang terbukti melanggar ketentuan yang telah ditetapkan oleh IBTimes.id. Penulis akan langsung *diblacklist* dari IBTimes.id. *Blacklist* tersebut bisa gugur ketika penulis membuat surat pernyataan untuk tidak mengulangi kesalahannya.

“...ketika melanggar ketentuan kami, misal tulisan tersebut pernah ditulis di media selain *ibtimes* sebelum itu, atau dia ketahuan menulis di 2 media yang berbeda dalam waktu yang sama Kemudian dia ketahuan plagiasi, Biasanya kita *blacklist* langsung dari *ibtimes*. Jadi tidak bisa menulis. *Blacklist* tersebut bisa gugur jika dia membuat surat pernyataan tidak mengulangi kesalahannya...” (wawancara dengan Pimpinan Redaksi pada 22 Juni 2021).

3.2 PEMBAHASAN

Perencanaan strategis IBTimes.id yang bertujuan untuk membawa narasi keislaman menurut kategorisasi Campbell termasuk ke dalam salah satu bentuk *religion online*. Campbell dalam Bunt (2009) membagi aktivitas *religion online* menjadi 4 bentuk, yaitu (1) Pengumpulan informasi keagamaan online, (2) ibadah dan ritual online, (3) rekrutmen online dan kegiatan misionaris, dan (4) komunitas keagamaan online. IBTimes.id termasuk ke dalam bentuk yang pertama, dimana IBTimes.id –melalui berbagai kontennya- berusaha memberikan informasi-

informasi keagamaan, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman bagi masyarakat. Hal ini merupakan langkah yang efektif, mengingat pencarian konten keagamaan adalah bentuk *religion online* yang paling dominan (Bunt, 2009)

Apa yang dilakukan IBTimes.id merupakan salah satu kajian dalam tema studi agama dan internet. Campbell, melalui digital religion berusaha untuk memberikan survey kritis terhadap studi media baru, agama, dan budaya digital (Campbell, 2012). *Positioning* IBTimes.id sebagai media kultural Muhammadiyah menandakan pemunculan identitas yang berusaha untuk ditampilkan. Identitas Islam moderat yang berusaha dibangun IBTimes.id ini sesuai dengan temuan Lovheim dalam Campbell (2012) bahwa internet telah dibingkai sebagai situs konstruksi identitas, negosiasi, dan kinerja oleh para individu dan kelompok agama.

Identitas yang dimunculkan IBTimes.id ini berangkat dari keprihatinan atas permasalahan yang muncul di internet. Dinamika konten yang tidak sehat, ditandai dengan banyaknya hoaks, provokasi dan ujaran kebencian, serta intoleransi menjadi latar belakang IBTimes.id menentukan perencanaan produksi konten-kontennya. Dinamika konten tersebut, dalam perspektif Lovheim merupakan sesuatu yang masuk akal, karena dalam penelitiannya ia menemukan bahwa internet membuat identitas keagamaan dengan mudahnya terbentuk. Kelompok minoritas agama dan para individu yang tertarik pada agama seperti paganisme dan sihir meningkat secara signifikan. Hal tersebut terjadi karena minimnya risiko sosial yang akan muncul akibat praktik keagamaan yang dijalankan secara online. (Campbell, 2012)

Konstruksi identitas IBTimes.id tersebut diwujudkan dalam berbagai rubrikasi konten yang ada di website IBTimes.id. Pembagian rubrikasi yang sangat variatif tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para pembaca. Hal tersebut agar memudahkan pembaca dalam memilih topik yang diinginkan dan dibutuhkan. Langkah tersebut merupakan langkah yang bagus, karena menurut Normasari, (2013) kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, IBTimes.id mencoba untuk memuaskan para pembaca dengan memberikan konten yang terbagi secara rapi dan tertata, sehingga pembaca akan nyaman ketika mengunjungi IBTimes.id

Namun, IBTimes.id perlu mempertimbangkan bentuk konten yang lain dalam mengonstruksi identitas keagamaannya. Clark & Jill dalam Campbell (2012) menemukan bahwa media digital, khususnya video, menawarkan sarana baru bagi kelompok agama untuk membangun identitas keagamaan mereka, karena situs berbagi video menawarkan sarana interaksi sosial dan representasi diri publik yang lebih baik. Mereka menyimpulkan bahwa proses “storytelling” memungkinkan kaum muda untuk menulis diri mereka sendiri dan komunitas mereka, menjadi sesuatu yang segar dan bermakna bagi kaum muda. Jadi bentuk

media baru menawarkan platform untuk kinerja publik dan pencitraan ulang identitas agama yang dapat membantu membentuk narasi individu dan komunal di ruang publik baru.

Hal yang perlu dievaluasi dari perencanaan taktis IBTimes.id adalah segmentasi pasarnya. IBTimes.id ingin menjangkau semua pembaca, yang artinya IBTimes.id sebenarnya belum memiliki segmentasi yang jelas. Segmentasi ini sangat penting untuk dilakukan, karena pembaca atau masyarakat pada hakikatnya bersifat heterogen. Perlu adanya pemetaan yang jelas, sehingga produk konten dapat terarah dan muaranya mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan target yang dituju (Morissan, 2008). Seperti penelitian Setyabudi (2018) yang menemukan bahwa Tribunstyle.com memiliki segmentasi anak muda dan perempuan dengan segmen umur antara 14-35 tahun, sehingga konten-kontennya disesuaikan berupa konten hiburan terkini remaja.

Lebih lanjut, apabila dicermati dari isi tulisan yang ada di laman web, IBTimes.id menurut kategorisasi Morissan (2008) memiliki segmentasi demografis berupa remaja hingga dewasa, dengan pendidikan tinggi, dan berpenghasilan menengah ke atas. Hal tersebut disebabkan karena konten yang ada di IBTimes.id terkadang mengambil sudut pandang yang unik yang membutuhkan akal untuk mencerna maksud dari tulisan tersebut. Diperlukan ‘melek literasi’ untuk memahami konten tulisan IBTimes.id. Selain itu, dibutuhkan perangkat teknologi berupa *smartphone* maupun komputer dan laptop -yang tidak dimiliki semua orang- untuk dapat mengakses IBTimes.id.

Selanjutnya, IBTimes.id juga ingin mengangkat wacana Muhammadiyah tersebut melalui media kultural. Media kultural dimaknai sebagai media independen yang tidak mempunyai hubungan struktural dengan Muhammadiyah, tidak mempunyai irisan-irisan secara resmi dengan Muhammadiyah. Wacana tersebut kemudian *breakdown* ke dalam berbagai konten yang sangat variatif dan mempunyai *insight* yang unik. IBTimes.id mempunyai penulis dengan latar belakang yang *anti mainstream*, yang membuat tulisan di IBTimes.id mempunyai perspektif yang berbeda dari media yang lain. Karakteristik tersebutlah yang membuat IBTimes.id layak disebut media alternatif. Chris Atton menyampaikan bahwa karakteristik media alternatif adalah mengedepankan inovasi dan memberikan interpretasi peristiwa melalui perspektif yang berbeda dari media lain. (Sokowati & Junaedi, 2020)

Sedangkan menurut Hamilton dalam Sokowati & Junaedi (2020) sebuah media alternatif harus mempunyai 3 karakter, yakni *deprofessionalised*, *decapitalized*, dan *deinstitutionalized*. Artinya media alternatif perlu memberikan kesempatan pada orang biasa (non elit) untuk ikut berkontribusi tanpa harus memiliki kemampuan yang terlatih, tanpa modal

berlebih, dan proses produksi dapat berbeda dengan institusi media yang mapan. IBTimes.id sendiri memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada masyarakat untuk menjadi penulis. Siapapun -dengan latar belakang apapun, bahkan dengan agama apapun- mempunyai kesempatan menjadi kontributor penulis di IBTimes.id, asalkan mempunyai tema tulisan dan visi yang sesuai dengan IBTimes.id. Hal tersebut tentu menandakan karakter dari IBTimes.id sebagai sebuah media alternatif.

Kebebasan inilah yang menjadi langkah cerdas IBTimes.id dalam menghasilkan konten-konten yang berkualitas. Kebebasan seseorang menjadi kontributor bahkan walaupun berbeda agama inilah yang menunjukkan bentuk inklusifitas pemahaman agama yang diusung IBTimes.id. Praktek inklusifitas ini penting untuk dilakukan di negara yang plural seperti Indonesia ini, mengingat eksklusifitas pemahaman agama yang dipaksakan terbukti membawa konflik dengan tingkat kekerasan yang tinggi, seperti Kupang, Maluku, Poso, Papua, dan Aceh (Hisyam, 2006)

Hisyam (2006) menemukan bahwa perbedaan agama, -pada kenyataannya- merupakan salah satu unsur yang memicu konflik. Simbol keagamaan diibaratkan menjadi setitik api yang dengan mudah akan membakar bahan bakar bensin yang berada dalam keadaan tinggi (menunjukkan kompleksitas latar belakang konflik). Hal ini disebabkan karena agama adalah unsur penting dalam pembentukan identitas sosial, yang pada gilirannya menjadi paling mudah untuk identifikasi segala kontroversi. Oleh karena itulah, IBTimes.id secara tidak langsung memberi jalan bagi terciptanya kehidupan integratif dalam masyarakat majemuk seperti Indonesia.

Kebebasan pemilihan kontributor ini juga sejalan dengan yang dilakukan oleh Muhammadiyah. Aktualisasi Islam yang sistemik yang dilakukan Muhammadiyah menuntut adanya aksi sehingga mampu memberi rahmat dan kenikmatan hidup bagi manusia tanpa terkotak-kotak predikat muslim atau nonmuslim; dan menuntut adanya nilai dakwah amar makruf nahi munkar (Tamrin, 2019). Semangat *fastabiqul khoirot* untuk memberi kebermanfaatan merupakan nilai yang dianut Muhammadiyah. Penulis IBTimes.id yang beragama non-muslim diberikan ruang untuk menulis isu-isu terkini mengenai keagamaan yang ditinjau dari perspektif non-muslim, contohnya perspektif kristiani. Selain itu, ada juga penulis yang menceritakan pengalaman pribadinya ketika bersinggungan dengan Muhammadiyah, yaitu ketika ia belajar di salah satu perguruan tinggi Muhammadiyah. Pemberian ruang ini menandakan bahwa IBTimes.id memang bersungguh-sungguh dalam membumikan narasi moderasi Islam.

Tidak berlebihan untuk menyebutkan bahwa kehadiran IBTimes.id memang sungguh-sungguh menjadi media alternatif Muhammadiyah. Dalam tahap *actuating* misalnya, kerja redaksional berupa peliputan berita menyoroti tema Al-Islam dan Kemuhammadiyah. Reporter yang bertanggung jawab dalam peliputan berita fokus untuk melakukan reportase terhadap wacana keislaman dan kemuhammadiyah. Para kontributor yang berasal dari latar belakang yang sangat heterogen pun tetap perlu membuat tulisan yang sesuai dengan visi IBTimes.id, yakni narasi Islam Moderat. Hal ini sesuai temuan Atton bahwa meskipun media alternatif menyediakan ruang untuk kelompok-kelompok terpinggirkan, namun media alternatif hanya mewakili mereka yang memiliki tujuan dan ideologi yang sama. (Aslan Ozgul & Veneti, 2021)

Oleh karena itu, IBTimes.id aktif dalam melakukan tahap pengawasan. Pengawasan memegang peran penting dalam sebuah manajemen. Seperti yang disampaikan Setyabudi (2018) bahwa pengawasan menjadi aspek yang sangat penting untuk menjaga agar rubrikasi tetap sesuai koridor ataupun kaidah jurnalistik, serta kebijakan media yang telah ditentukan sebelumnya. IBTimes.id secara rutin melakukan pengawasan terhadap konten artikel yang telah diterbitkan. IBTimes.id tidak segan-segan untuk langsung melakukan *blacklist* terhadap para kontributor yang terbukti melanggar ketentuan, misalnya plagiaris ataupun menulis di dua media berbeda. Ketegasan seperti ini merupakan langkah yang diambil dalam mengontrol kedisiplinan para penulis. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Hasibuan dalam (Chandra, n.d.) bahwa pengawasan yang ketat menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi kedisiplinan kerja karyawan. Ponamon (2014) dalam penelitiannya pun menemukan bahwa pelaksanaan pengawasan berpengaruh secara positif terhadap kualitas informasi yang dihasilkan.

4. PENUTUP

Manajemen redaksional merupakan sebuah penerapan fungsi manajemen yang meliputi tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan dalam pengolahan konten dalam suatu platform. Strategi IBTimes.id dengan mengusung narasi Islam Moderat merupakan konstruksi identitas online sebagai media alternatif Muhammadiyah. Konstruksi tersebut diwujudkan dalam rubrikasi dan berbagai konten yang dihasilkan. Kebebasan dalam penentuan kontributor penulis menunjukkan karakter dari media alternatif, sekaligus menunjukkan koherensi dengan nilai yang dianut Muhammadiyah.

IBTimes.id dapat mempertimbangkan untuk mengoptimasi penggunaan video dalam mengonstruksi identitasnya, karena video menawarkan representasi diri publik yang lebih baik.

Peneliti juga memberikan saran kepada IBTimes.id agar lebih merincikan lagi perencanaan teknisnya, yakni segmentasi pasar yang dituju. Dari sebuah segmen audiens yang jelas, maka akan mudah untuk membidik kebutuhan audiens, dan muaranya dapat memberikan konten sesuai dengan yang dibutuhkan.

PERSANTUNAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga mampu menyelesaikan penelitian ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan untuk kelancaran dan keberhasilan anaknya. Kedua, penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Agus Triyono, S.Sos., M.Si, yang selalu memberikan arahan, kritik, dan saran kepada penulis. Kepada seluruh pihak IBTimes.id, penulis ucapkan terima kasih atas kesediannya untuk diteliti, semoga penelitian ini mampu membawa manfaat bagi IBTimes.id.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2019). *REVOLUSI INDUSTRI 4.0 ISLAM DALAM MERESPON TANTANGAN TEKNOLOGI DIGITALISASI*. 8(2), 16–28.
- Aslan Ozgul, B., & Veneti, A. (2021). The Different Organizational Structures of Alternative Media: Through the Perspective of Alternative Media Journalists in Turkey and Greece. *Digital Journalism*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1943482>
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Sukabina Press.
- Bekti Nugroho, S. (2013). Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas. *Dewan Pers*, 292. [https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku Pers berkualitas masyarakat Cerdas_final.pdf](https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku%20Pers%20berkualitas%20masyarakat%20cerdas_final.pdf)
- Bunt, G. R. (2009). Religion and the Internet. *The Oxford Handbook of the Sociology of Religion*, 25(1), 1–44. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199588961.013.0040>
- Campbell, H. A. (2012). Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds. In *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. <https://doi.org/10.4324/9780203084861>
- Fadli, M. (2019). *METODE DAKWAH ONLINE MAJALAH HIDAYATULLAH*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG.
- Fajri, D. L., & Triyono, A. (2020). The Construction of Mass Organization Publication in Islamic News Portals. *MEDIO*, 2(1), 37–61.
- Fazryansyah, M. I., Agustina, H., & Nuruzzaman, N. (2014). Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon Periode Januari-Mei 2013). *Jurnal ASPIKOM*, 2(2), 85. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i2.62>

- Fitria, C. D. (2016). MANAJEMEN REDAKSIONAL TRIBUNPEKANBARU.COM DALAM MENENTUKAN BERITA YANG LAYAK. *JOM FISIP*, 3(2), 1–12.
- Gita, Filosa Rukmono dan Junaedi, F. (2019). IB Times: Muhammadiyah Younger Generation's Adaptation to New Media Usage in The Digital Era. *HICOSPOS, February*, 185–190.
- Hadi, I. P. (2010). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Modern. *Scriptura*, 3(1), 69–84. <https://doi.org/10.9744/scriptura.3.1.69-84>
- Iqbal, A. M. (n.d.). (*Cyber-Religion and the Secularization Thesis*).
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Meuleman, J. (2011). *Dakwah , competition for authority , and development*. 167(2), 236–269.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Normasari, S. (2013). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 6(2), 77767.
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1994). *Key Concepts in Communication and Cultural Studies* (2nd editio). ROUTLEDGE.
- Ramadhani, R. (2017). *MANAJEMEN MEDIA ONLINE PADA WEBSITE PASOEPATI.NET (Studi Deskriptif Kualitatif Penerapan Manajemen Redaksional dan Jurnalime Online pada Website Pasoepati.Net)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ramli, A. M. (2020). Kominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 175,5 Juta. *Republika*. <https://republika.co.id/berita/qhgibx335/kominfoPengguna-internet-diindonesia-capai-1755-jutajiwa>
- Razali, G. (2020). REDAKSI MANAJEMEN MEDIA DALAM EVALUASI PENYIARAN KONVENSIONAL (Studi Kasus Pada Radio Haluan Riau Pekanbaru). *AKSARA PUBLIC*, 4(November), 251–265.
- Realdi, S. (2018). MANAJEMEN REDAKSIONAL RUBRIK ZETIZEN RIAU POS DALAM MENARIK MINAT BACA PADA REMAJA DI KOTA PEKANBARU. *JOM FISIP*, 5(1), 1–15.
- Saputra, Rahmat dan Nazim, A. M. (2017). STRATEGI DAKWAH ISLAM MELALUI MEDIA ONLINE NAHDLATUL ULAMA (WWW.NU.OR.ID) (Islamic Dakwah Strategies via Online Media by Nahdlatul Ulama). *MALAYSIAN JOURNAL FOR ISLAMIC STUDIES*, 9–18.
- Setyabudi, W. A. (2018). *KEBIJAKAN REDAKSIONAL TRRIBUNSTYLE.COM DALAM MENENTUKAN BERITA YANG LAYAK*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sokowati, M. E., & Junaedi, F. (2019). Manajemen Produksi Media Digital Mojok.co dan Pemetaan Konten. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.12928/channel.v7i1.13012>
- Sokowati, M. E., & Junaedi, F. (2020). Understanding The Problem of Control and Ownership of Mojok.co: Is it Still Alternative? *NYIMAK : Journal of Communication*, 181–198.

- Syahrums, S. dan. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan)*. Ciptapustaka Media.
- Terry, G. R. (1986). *ASAS ASAS MENEJEMEN*. ALUMNI.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (1991). *DASAR-DASAR MANAJEMEN* (3rd ed.). Bumi Aksara.
- Trianton, T. (2016). *Jurnalistik Komprehensif* (1st ed.). Yogyakarta Ombak.